

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BURGER RISNA DI GEMAH SEMARANG



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
Pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

**Oleh:
MIA ASMIATI
A210170103**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BURGER RISNA DI GEMAH
SEMARANG**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MIA ASMIATI

A210170103

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji.

Surakarta

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by a series of smaller, connected strokes.

(Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd)

NIDN. 0613036301

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BURGER RISNA DI GEMAH
SEMARANG


Oleh:
MIA ASMIATI
A210170103

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada hari Jumat, 18 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd (.....)
(Selaku Dosen Penguji I)
2. Dr. Wafroturrohmah, MM (.....)
(Selaku Dosen Penguji II)
3. Dr. Sapto Mei Budiyanto, M.Pd (.....)
(Selaku Dosen Penguji III)

Surakarta, 18 Juni 2021

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan.

Prof. Dr. Sutama, M.Pd.
NIP. 196001071991031002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 18 Juni 2021

Penulis



MIA ASMIATI

A210170103

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BURGER RISNA DI GEMAH SEMARANG

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan bisnis yang digunakan Burger Risna di Gemah Semarang 2. Untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT dalam menentukan untuk menentukan strategi pengembangan bisnis Burger Risna di Gemah Semarang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara yang mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil Penelitian yaitu Strategi pengembangan bisnis Burger Risna di Gemah Semarang yaitu menggunakan inovasi dan promosi. Inovasi produk dilakukan dengan merubah bentuk isian burger yang di kolaborasikan dengan tempe menjadi sedikit tebal, memiliki tekstur yang lembut dan crunchy, serta memiliki varian rasa yang berbeda mulai dari original, keju, dan pedas manis. Promosi dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan media sosial instagram dan penjualan secara langsung dengan memberikan diskon dan brosur. Analisis SWOT Kekuatan (*Strenght*) rasa yang unik, harga terjangkau, dan rasa sudah disesuaikan dengan selera orang Indonesia, Kelemahan (*weaknesses*), Produk yang ditawarkan tidak mampu bertahan lama, fasilitas yang dimiliki masih kurang, tempat penjualan yang sempit, dan pemasaran masih terbatas. Kesempatan atau peluang (*opportunities*) menggunakan instagram untuk promosi. Ancaman (*Threath*) banyaknya produk dan pembisnis baru yang menjual produk yang sama sehingga menimbulkan pesaing baru. Kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu strategi pengembangan bisnis Burger Risna dengan melakukan inovasi dan promosi dapat digunakan untuk mempertahankan minat pelanggan untuk tetap tertarik pada produknya, dan Burger Risna di Gemah Semarang memiliki kekuatan dan peluang yang besar sehingga dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan penjualan dan pemasarannya.

Kata Kunci: strategi pengembangan bisnis, analisis swot, inovasi.

Abstract

The purposes of this study are: 1. To find out how the implementation of the business development strategy used by Burger Risna in Gemah Semarang 2. To find out how the SWOT analysis determines the business development strategy of Burger Risna in Gemah Semarang. The type of research used in this research is qualitative research with a phenomenological approach. Methods of data collection using in-depth interviews, observation, and documentation. The result of the research is that the strategy of developing Risna's Burger business in Gemah Semarang is using innovation and promotion. Product innovation is carried out by changing the shape of the burger filling in collaboration with tempe to be slightly thick, has a soft and crunchy texture, and has different flavor variants ranging from original, cheese, and

sweet spicy. Promotion is done in two ways, namely using social media Instagram and direct sales by providing discounts and brochures. SWOT Analysis Strengths of unique flavors, affordable prices, and flavors that have been adapted to Indonesian tastes, Weaknesses, Products offered are not able to last long, facilities owned are still lacking, sales are narrow, and marketing is still limited . Opportunities or opportunities to use Instagram for promotion. Threat is the number of new products and businessmen selling the same product, giving rise to new competitors. The conclusion of this research is that Burger Risna's business development strategy by innovating and promoting can be used to maintain customer interest to stay interested in its products, and Burger Risna in Gemah Semarang has great strengths and opportunities so that they can take advantage of these opportunities to increase sales and marketing.

Keywords: business development strategy, swot analysis, innovation.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia pada saat ini telah berkembang dengan sangat pesat, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jenis usaha-usaha baru yang mulai berkembang, salah satunya adalah bisnis kuliner. Di Indonesia sendiri tidak sedikit jumlah bisnis kuliner yang dijalankan oleh para pebisnis dari makanan tradisional maupun makanan modern, sehingga memunculkan persaingan antar perusahaan dibidang bisnis kuliner antara yang satu dengan yang lainnya, baik itu dilihat dari segi produk yang dibuat semakin menarik atau bahkan lokasi yang strategis dan tempat yang dibuat nyaman mungkin sehingga mampu menarik perhatian konsumen. Untuk membuat produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, dalam proses inovasinya perusahaan harus dapat menemukan strategi pengembangan bisnis yang tepat. Persaingan antara perusahaan bisnis kuliner yang semakin ketat tersebut menuntut para pebisnis kuliner agar memiliki keunggulan tersendiri pada produknya yang akan menjadi kekuatan bagi bisnisnya tersebut untuk mampu bertahan dalam persaingan.

Khususnya pada sektor pengembangan bisnis Burger Risna di Gemah Semarang yang mempunyai keunikan cita rasa karena menggunakan isian tempe dan

usaha ini mempunyai peluang untuk di kembangkan dan dapat bersaing khususnya di pasar lokal. Karena banyaknya persaingan antar usaha maka untuk menentukan strategi bisnis yang akan digunakan harus tepat. Hal ini dikarenakan agar target marketing yang dituju tepat sasara. Adanya wabah virus corona-19 di Indonesia berdampak pada pengangguran, kesulitan mencari pekerjaan, dan masyarakat miskin meningkat. Virus Corona kemudian muncul dan memberikan begitu banyak pengaruh dalam berbagai sektor. Salah satu sektor yang terdampak dan begitu terasa adalah sektor ekonomi (Sumarni, 2020). Dengan adanya dampak pandemi ini sangat mempengaruhi bisnis kuliner yang mengakibatkan turunnya jumlah permintaan dan laba penjualan. Untuk dapat meningkatkan penjualan bisa menggunakan promosi dan diskon tertentu agar dapat menarik pelanggan datang mengunjungi restoran tersebut. Promosi penjualan merupakan suatu bujukan langsung yang menawarkan insentif atau nilai lebih untuk suatu produk kepada konsumen. Natalia & Mulyana (2014). Berdasarkan latar belakang uraian diatas, peneliti termotivasi untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Burger Risna Di Gemah, Semarang”.

Dari latar belakang permasalahan diatas, maka permasalahan yang akan di jawab oleh peneliti adalah 1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang digunakan Burger Risna di Gemah Semarang?, 2. Bagaimana analisis SWOT Burger Risna di Gemah Semarang?.

Adapun tujuan dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting karena dengan tujuan yang tepat menjadikan tolak ukur keberhasilan dalam penelitian. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu: 1. Untuk mendeskripsikan pengembangan bisnis yang digunakan Burger Risna di Gemah Semarang. 2. Untuk mendeskripsikan Analisis SWOT Burger Risna di Gemah Semarang.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi yaitu Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang

apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan beberapa metode alamiah. Menurut Meleong (2012). Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan wawancara terstruktur dengan menggunakan panduan pertanyaan, observasi, dan dokumentasi. Narasumber yang digunakan sebanyak 8 (delapan) orang yang berasal dari pemilik usaha, pegawai, dan pelanggan. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi Pengembangan Bisnis Burger Risna.

Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Burger Risna di Gemah Semarang yaitu dengan menggunakan inovasi produk dan promosi. Inovasi produk dilakukan dengan cara merubah bentuk isian burger yang di kolaborasikan dengan tempe menjadi bertekstur sedikit tebal dan Crunchy. Inovasi produk dilakukan agar bisnis yang dikembangkan oleh Burger Risna di Gemah Semarang dapat bersaing dengan bisnis lama maupun bisnis baru. Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses-proses tersebut Myers dan Marquis Kotler (2014:36).

Promosi juga dilakukan oleh Burger Risna di Gemah Semarang untuk mengembangkan bisnisnya, promosi dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menggunakan media sosial dan penjualan secara langsung. Jika menggunakan media sosial menggunakan instagram dan jika menggunakan penjualan langsung menggunakan pendekatan pada masyarakat seperti mengadakan diskon pembelian dan brosur. Penggunaan media sosial untuk pengembangan bisnis sangat efektif

digunakan di era digital saat ini karena sudah hampir semua orang menggunakan media sosial. Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:11). Pernyataan tersebut juga didukung oleh Maoyan beliau mengungkapkan media sosial merupakan jaringan teknologi yang digunakan untuk menciptakan berita melalui pengguna internet dan mengkomunikasikan serta mendiseminasikan informasi (Maoyan, 2014).

Promosi yang dilakukan oleh Burger Risna di Gemah Semarang yaitu dengan cara menggunakan instagram dimana di era saat ini instagram sangat digemari oleh masyarakat baik dari kalangan anak muda maupun orang dewasa. Untuk menggunakan instagram perlu di buat foto dan sebuah video yang semenarik mungkin agar pengguna lain tertarik untuk melihat dan mengikutinya. Aplikasi instagram masih memiliki banyak pengguna sampai di tahun 2021 dan tidak pernah mengalami kemuduran sedikitpun walaupun aplikasi tersebut sudah dirilis sejak tahun 2010 lalu. Dan seelah dirilis aplikasi instagram menjadi trend dan budaya baru di Indonesia. Setelah kurang lebih 10 tahun aplikasi instagram menjadi trend dan budaya baru di Indonesia (Utama dan Novina, 2018).

Untuk promosi secara langsung promosi yang diberikan yaitu dengan pendekatan langsung pada masyarakat dengan cara pemberian diskon pembelian dan melalui brosur. Pemberian diskon pembelian diadakan untuk menarik pembeli namun cara yang digunakan ini dinilai belum berjalan secara efektif. Diera modern seperti ini promosi secara langsung dinilai kurang efektif untuk dilakukan karena banyaknya bisnis yang akan bersaing dan didukung dengan vasilitas yang lengkap untuk mengembangkan bisnisnya. Untuk promosi yang dilakukan offline adalah dengan cara pemberian diskon pembelian dan penyebaran brosur. Diskon pembelian dapat menarik kepuasan pelanggan untuk membelinya namun kurang efektif. Di era modern seperti saat ini offline marketing merupakan cara yang kurang efektif, karena adanya evolusi yang melahirkan potensi baru terhadap dunia bisnis perdagangan terhadap

produk. Perusahaan harus dapat menjangkau konsumen secara luas dalam waktu yang singkat (Susanto, 2018). Dengan demikian pemilihan promosi yang akan digunakan oleh perusahaan akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian produk oleh konsumen.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Dony Indra Permana (2017) yang menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis melalui promosi terdapat adanya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian bahwa promosi berdampak positif terhadap peningkatan keputusan pembelian.

3.2 Analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threath*). Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Burger Risna di Gemah Semarang. Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil penelitian. Analisis dalam penelitian ini mencakup analisis tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mempunyai pengaruh dalam penyusunan Strategi Pengembangan Bisnis Burger Risna Di Gemah Semarang.

3.2.1 Strategi SO (*strength-opportunity*)

Strategi SO merupakan gabungan dari kekuatan (*strength*) yang berasal dari faktor internal dengan peluang (*opportunity*) dari faktor eksternal. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang dijalankan oleh Burger Risna di Gemah Semarang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan strategi penjualan dengan cara menggunakan media sosial sebagai media pemasaran.
- b. Meningkatkan mutu kinerja pegawai dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pembeli (konsumen).

- c. Mengutamakan kualitas produk yang akan dipasarkan dengan melihat tingginya tingkat kepuasan konsumen dan tingginya penjualan.

3.2.2 Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini dibuat untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Dengan tujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Terkadang perusahaan memiliki peluang yang baik, namun karena kelemahan yang dimilikinya dia tidak dapat memanfaatkan peluang tersebut menjadi sebuah keuntungan. Strategi ST yang ditempuh oleh Burger Risna di Gemah Semarang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Mempertahankan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen untuk mempertahankan daya saing dengan produk lain.
- b. Mempertahankan kualitas pelayanan yang terbaik.
- c. Melakukan inovasi produk untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

3.2.3 Strategi WO (*Weakness- Opportunity*),

Strategi ini merupakan gabungan dari Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang digunakan oleh Burger Risna di Gemah Semarang yaitu sebagai berikut:

- a. Memberikan potongan dan promo pembelian agar konsumen menjadi ketagihan untuk membeli produk karena harga yang ditawarkan sangat murah.
- b. Menciptakan variasi rasa baru dilihat dari besarnya tingkat pembelian konsumen dan banyaknya rasa yang disukai oleh konsumen.

3.2.4 Strategi WT (*Weakness-Weakness*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang digunakan oleh Burger Risna di Gemah Semarang yaitu sebagai berikut:

- a. Membuat inovasi produk yang tahan lama dan tidak mudah rusak untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- b. Membuat kemasan yang rapid an kedap udara agar produk tidak cepat basi.
- c. Meningkatkan kualitas mutu produk yang akan dipasarkan.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Elsy Zuriyani, 2020) Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Hal tersebut juga dapat dilihat pada ttabel berikut ini:

Tabel 1. Matrik SWOT

Internal	Eksternal	
	O	T
S	1) Meningkatkan strategi penjualan dengan cara menggunakan media sosial sebagai media pemasaran. 2) Meningkatkan mutu kinerja pegawai dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pembeli (konsumen). 3) Mengutamakan kualitas produk yang akan dipasarkan dengan melihat tingginya tingkat kepuasan konsumen dan tingginya penjualan.	1) Mempertahankan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen untuk mempertahankan daya saing dengan produk lain. 2) Mempertahankan kualitas pelayanan yang terbaik. 3) Melakukan inovasi produk untuk menghasilkan produk yang berkualitas.
W	1) Memberikan potongan dan promo pembelian agar	1) Membuat inovasi produk yang tahan lama

	<p>konsumen menjadi ketagihan untuk membeli produk karena harga yang ditawarkan sangat murah.</p> <p>2) Menciptakan variasi rasa baru dilihat dari besarnya tingkat pembelian konsumen dan banyaknya rasa yang disukai oleh konsumen.</p>	<p>dan tidak mudah rusak untuk meningkatkan kepuasan konsumen.</p> <p>2) Membuat kemasan yang rapi dan kedap udara agar produk tidak cepat basi.</p> <p>3) Meningkatkan kualitas mutu produk yang akan dipasarkan.</p>
--	---	--

4. PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah di jelaskan diatas, dalam hal ini maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut, strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Burger Risna di Gemah Semarang yaitu dengan menggunakan Inovasi produk dilakukan dengan cara mengkolaborasikan isian burger dengan tempe dengan bentuk isian tebal dan memiliki tekstur crunchy. Sedangkan pada promosi langsung dengan cara memberikan diskon dan brosur. Dan promosi menggunakan media sosial menggunakan instagram untuk meningkatkan jumlah penjualan. Analisis SWOT kekuatan (*Strenght*), memiliki rasa yang unik, harga terjangkau, dan rasa sudah disesuaikan dengan selera orang Indonesia, Kelemahan (*weaknesses*), Produk yang ditawarkan tidak mampu bertahan lama. Kesempatan atau peluang (*opportunities*), menggunakan media sosial untuk promosi seperti instagram. Ancaman (*Threath*) banyaknya produk dan pembisnis baru yang menjual produk yang sama sehingga menimbulkan pesaing baru, Dari analisis SWOT yang sudah dijelaskan di atas maka dapat di simpulkan bahwa, Burger Risna di Gemah Semarang memiliki kekuatan dan peluang yang besar sehingga dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan penjualannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Novianto (2017), *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)*. Universitas Lampung. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Dharmana dan Bayu, 2017, *Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran*. *E-Jurnal Manajemen*, Unud, Vol. 6, No. 8.
- ElsyZuriyani (2020), *Analisis Swot Untuk Meningkatkan Eksistensi Madrasah*. Jurnal ekonomi.
- Joko Puwono, 2015, *Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Tempe Indonesia di Kota Bogor*, Propinsi Jawa Barat, Jurnal NeO-Bis Universitas Trunojoyo Madura.
- Myers dan Marquis Kotler (2014). *Pengertian Inovasi Produk*. Buku manajemen inovasi.
- Novina. (2018). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sutarno (2012), *Serba-serbi Manajemen Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 16-18
- Muhammad Arifin Yusuf Fiantor, 2016, *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Industri Batik*, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surakarta.